

中国房产信息集团 编著
克而瑞（中国）信息技术有限公司

中国 23大 城市投资报告

2010
商业地产
蓝皮书

上册

1

分析商业地产
投资背景

2

透视商业地产
市场环境

3

关注商业地产
整体发展

4

迎接商业地产
黄金时代

大连理工大学出版社

23 本

城市投资报告

000000



中国房产信息集团 编著
克而瑞(中国)信息技术有限公司

中国23大城市投资报告

2010
商业地产
蓝皮书

上册

大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国23大城市投资报告：2010商业地产蓝皮书：全
2册/中国房产信息集团，克而瑞（中国）信息技术有限
公司编著. —大连：大连理工大学出版社，2011.8

ISBN 978-7-5611-6456-3

I. ①中… II. ①中…②克… III. ①城市商业-房
地产-研究报告-中国-2010 IV. ①F299.233.5

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第169463号

出版发行：大连理工大学出版社

（地址：大连市软件园路80号 邮编：116023）

印刷：广州培基印刷镭射分色有限公司

幅面尺寸：210mm×270mm

印 张：52.5

出版时间：2011年8月第1版

印刷时间：2011年8月第1次印刷

责任编辑：房 磊

封面设计：潘永彬 王志峰

责任校对：卢 扬

书 号：ISBN 978-7-5611-6456-3

定 价：768.00 元

发 行：0411-84708842

传 真：0411-84701466

E-mail: a_detail@dutp.cn

URL: <http://www.dutp.cn>

编委会

编著

中国房产信息集团

克而瑞（中国）信息技术有限公司

总编

周 忻 张永岳

编委（按姓氏笔画排序）

丁祖昱 卜广胜 于丹丹 王 永 龙胜平 叶 婷 刘文超
刘丽娟 李敏珠 吴 洋 肖 鹏 何 明 汪 波 张 燕
张兆娟 陈小平 陈倍麟 陈啸天 罗 军 金仲敏 孟 音
顾晓乔 浦祖建 黄子宁 彭加亮 喻颖正

主编

丁祖昱 王 永

执行主编

王 侨 顾芳恒 樊 娟

编辑（按姓氏笔画排序）

马燕娇 江 瑶 张广宇 陈 婧 陈志慧 金佳琦

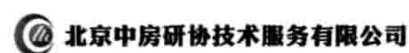
美术编辑（按姓氏笔画排序）

王晓丽 李中石 何 胜 谢小玲 潘永彬

特约校审（按姓氏笔画排序）

仲文佳 李 斌 李石养 李白玉 罗克娜

专业支持



网站支持



商业模式超越产品 成为企业之间的最大竞争

商业地产的蓬勃发展顺应了宏观、中观及微观房地产市场的需要，宏观经济的结构转型带来的内需消费增长将长期利好商业地产；而2010年以来对住宅市场的大力调控，使得商业地产的投资价值凸显；持有型商业长期稳定的经营收入将增强开发商对抗市场风险的能力。2010年，先知先觉的开发商纷纷转型商业地产。

从理论上讲，商业地产开发较住宅地产开发是一种更先进、更复杂的开发模式，其长期资本增值能力和稳定的收益能力是住宅开发望尘莫及的，同时商业地产也是一种比住宅地产更理想的资本化载体。商业地产到底是开发商抑或是投资者的避风港？《中国23大城市投资报告——2010商业地产蓝皮书》希望通过客观翔实的数据分析，揭示商业地产目前所处的形势，并帮助开发商、投资者判断未来商业地产的发展趋势。

本书内容主要分为三部分：第一部分是商业地产总报告，主要涉及商业地产的概念与分类、商业地产的发展及沿革、商业地产发展背景及商业地产市场整体分析等；第二部分为23个重点城市的商业地产研究报告，包括宏观指标分析、整体市场环境以及城市发展规划等内容；最后一部分为2010年中国商业地产发展特征及未来前景与展望。

经过半年多的时间，《中国23大城市投资报告——2010商业地产蓝皮书》终于面世。在这里特别感谢各位领导对我们工作的支持，同时也感谢为这本书辛苦付出的各位同事，以及各相关部门的通力协作，使得这本800多页的巨幅图书得以顺利出版。

目前，市面上关于商业地产的书籍相对较少，数据如《中国23大城市投资报告——2010商业地产蓝皮书》之翔实的商业地产书籍更是少之又少，希望这本书可以给读者带来更多不一样的感受。本书如有不恰当之处，欢迎读者批评指正。后续我们还将出版关于商业街、购物中心和城市综合体等一系列研究成果。敬请期待！

CRIC商业咨询总经理



把握六大重点， 在商业地产开发 竞争中立于不败之地

随着中国城市规划和房地产业政策的调整，房地产市场环境发生了明显变化，从市场和投资角度来说，商业地产已凸显其价值，越来越多的开发企业将目光由住宅地产转向商业地产。这不仅是一种新趋势，更是一种新竞争的开始。

重点1

加强对商业地产内在规律的认识和研究，从狭义商业走向广义商业，从商铺、购物中心开发走向专业化商业地产开发。

重点2

通过实践逐步建立起符合企业自身特点的商业地产开发模式。

重点3

特别重视商业地产的前期调研工作，并在此基础上形成项目定位。

重点4

商业地产规划设计立足于开发建设后产业运营的持续性发展，保持规划的严肃性与灵活性。

重点5

做好商业地产的分级、分期开发，这是商业地产实现有效开发和价值最大化的重要手段。

重点6

重视商业地产开发人才的引进、储备与培养，商业地产的繁荣必将催生优秀人才脱颖而出。



掘金商业地产， 展望商业地产 未来前景

与住宅地产不同，影响商业地产的因素更多地来自于国家宏观经济政策、城市化进程和城市经济发展等方面。从一系列已出台的新政分析，其对商业地产的影响不仅不大，反而在国家不断出台拉动内需政策的引导下，商业地产迎来了新的发展高潮。

商业地产前景向好的 四大原因

城市化进程增加对商业地产的需求

“十二五”规划启动，市场拉动投资的反弹较大，全国城市化发展和对商业地产的需求明显增加。

原因1

原因2

住宅市场宏观调控力度增强

商品住宅市场的宏观调控力度增强，客观上对商业地产形成利好。

一线城市商品住宅销售下滑

受限购、限贷等购房政策的影响，同时也受供应、价格因素影响，一线城市商品住宅市场销售呈现下滑趋势。

原因3

原因4

未受宏观调控影响

房地产调控对商业地产的影响并没有体现，商业地产并没有受到政策的限制。



贵阳

新增大型商业将主要为社区配套与购物中心。

昆明

中高端商业供给将以购物中心和社区配套为主。

哈尔滨

步入购物中心发展阶段，未来商业供应呈现丰富的业态。

长春

重点商业存量中以专业商业为主，商业仍有很大的发展空间。

沈阳

商业营业用房租赁价格波动较小，租赁价格指数整体呈下降态势。

大连

各类型商业存量供应中，购物中心所占比重最大。

天津

发展电子信息、汽车、冶金、化工、生物技术与现代医药及环保六大优势产业。

北京

购物中心继续主导北京商业模式，社区型和郊区型购物中心数量明显增加。

重庆

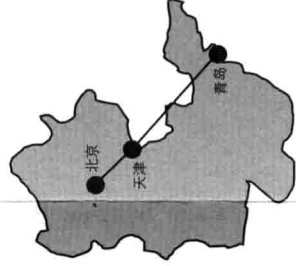
呈现多中心的城市格局和商圈态势。

成都

大型复合城市综合体将成为代表产品。

西安

中心商业区将鼓励开设具有西部特色的旅游纪念店。

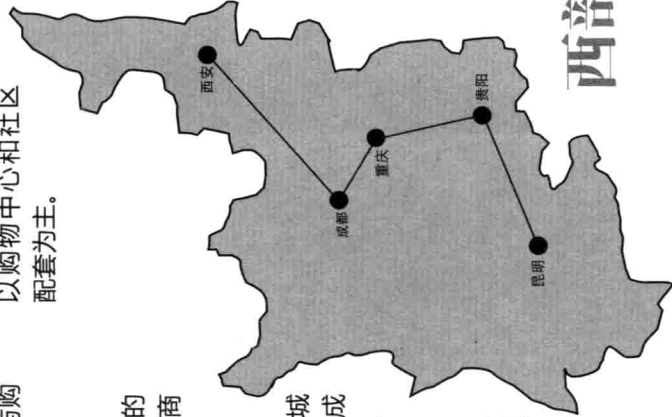


华北地区

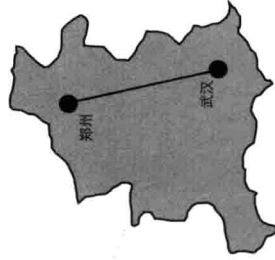
消费市场的快速发展有利于经济发展逐渐由出口推动转为内需拉动。

青岛

西部地区



华中地区

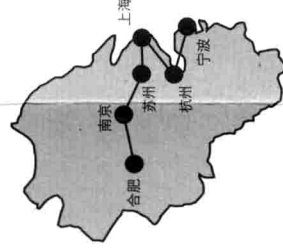


郑州

中国商战的发源地，随着国际商家的进入，原有的商业模式将得到升级。

武汉

即将进入城市综合体阶段，未来商业将有较大上升空间。



华东地区

经济基础雄厚，城市发展后劲较足，商业发展存在巨大的潜力。

整体经济持续增长，城市化进程加快，为城市商业的发展奠定了良好的基础。

城南商业地产自成体量的商业街、商业区、商业中心的数量和体量进一步提高。

海口

结合城市特点，着力开发商务会展、免税购物、文化体育和城乡休闲等旅游新产品。

深圳

商圈布局向城市西部发展，整体商业项目有向商圈外扩散的走势。

广州

商场供应量将持续增加，外资零售商将继续看好广州零售市场。

宁波

优良的商务氛围和稳定的高層次新客群将促进市级商圈范围的扩大和档次的提升。

杭州

形成多中心、多层次、多功能，并能充分发挥整体协同效应的商业设施网络。

上海

后世博时代，上海作为旅游城市，将加快旅游商业的发展。

聚焦
23大城市
商业地产
运行特征

目录

CHAPTER ONE

第一章 商业地产总报告

- 002 商业地产概念与分类
- 004 商业地产发展及沿革
- 007 中国商业地产发展背景
- 013 2010年中国商业地产发展四大特征分析

CHAPTER TWO

第二章 东北地区

第一节 哈尔滨

- 019 哈尔滨市商业地产六项宏观经济指标分析
- 027 哈尔滨市整体商业市场环境研究
- 043 哈尔滨市未来城市发展规划

第二节 长春

- 049 长春市商业地产七项宏观经济指标分析
 - 055 长春市整体商业市场环境研究
 - 067 长春市未来城市发展规划
-



CONTENTS

第三节 沈阳

- 072 沈阳市商业地产七项宏观经济指标分析
- 079 沈阳市整体商业市场环境研究
- 092 沈阳市未来城市发展规划

第四节 大连

- 101 大连市商业地产六项宏观经济指标分析
- 108 大连市整体商业市场环境研究
- 125 大连市未来城市发展规划

CHAPTER THREE

第三章 华北地区

第一节 北京

- 131 北京市商业地产七项宏观经济指标分析
- 138 北京市整体商业市场环境研究
- 170 北京市未来城市发展规划

第二节 天津

- 179 天津市商业地产七项宏观经济指标分析
- 187 天津市整体商业市场情况研究

目录

201 天津市未来城市发展规划

第三节 青岛

210 青岛市商业地产六项宏观经济指标分析

216 青岛市整体商业市场环境研究

238 青岛市未来城市发展规划

CHAPTER FOUR

第四章 华南地区

第一节 广州

243 广州市商业地产七项宏观经济指标分析

251 广州市整体商业市场环境研究

267 广州市未来城市发展规划

第二节 深圳

274 深圳市商业地产六项宏观经济指标分析

280 深圳市整体商业市场环境研究

297 深圳市未来城市发展规划



CONTENTS

第三节 海口

- 302 海口市商业地产六项宏观经济指标分析
- 309 海口市整体商业市场环境研究
- 320 海口市未来城市发展规划

CHAPTER FIVE

第五章 华中地区

第一节 郑州

- 329 郑州市商业地产六项宏观经济指标分析
- 337 郑州市整体商业市场环境研究
- 350 郑州市未来城市发展规划

第二节 武汉

- 356 武汉市商业地产七项宏观经济指标分析
 - 363 武汉市整体商业市场环境研究
 - 384 武汉市未来城市发展规划
-

第一章

CHAPTER ONE

商业地产 总报告

2010年中国商业地产发展四大特征

特征1 | 商业地产
供给大幅回暖

+

特征2 | 商业地产
价格持续上升

+

特征3 | 商业地产
市场需求增长

+

特征4 | 商业地产
供需关系调整

商业地产的发展与社会经济发展密不可分，社会经济发展水平直接决定着商业地产的发展规模和速度。商业地产又是房地产市场的重要组成部分，房地产市场的整体发展状况直接影响着商业地产的发展态势，国家对于房地产市场的宏观调控也会直接或者间接地对商业地产的运行产生重大影响。尽管如此，中国经济基础的长期被看好，房地产市场需求的巨大潜力，都预示着未来商业地产具有良好的发展前景。

1 商业地产概念与分类

购物中心、大卖场、商业街、主题商场、专业市场、写字楼的统称。

商业地产，顾名思义是指作为商业用途的地产，区别于以居住功能为主的住宅房地产、以工业生产功能为主的工业地产等。商业地产在广义上通常指用于各种零售、批发、餐饮、娱乐、健身、休闲等经营用途的房地产形式，从经营模式、功能和用途上区别于普通住宅、公寓、别墅等房地产形式。以办公为主要用途的地产属商业地产范畴，也可以单列。国外用得比较多的词汇是“零售地产”，泛指用于零售业的地产形式，是狭义的商业地产。

1 广义与狭义的商业地产

商业地产包括广义商业地产和狭义商业地产两种定义。广义的商业地产在定义上比较宽泛，酒店、商场和写字楼等都被纳入商业地产的范畴，这些广义的商业地产有一个共同点，那就是可能存在使用者与投资者分离的市场，这是相比住宅房地产的最大区别。

本报告所指的是狭义的商业地产，不包括酒店和写字楼的商业物业，是指具有零售、餐饮、休闲、娱乐和旅游功能的地产项目。

本报告研究的商业地产是指作为商业用途的房地产物业，包括各种零售、餐饮、休闲服务和旅游等经营用途的房地产形式，从经营模式、功能和用途上区别于普通住宅、公寓、写字楼和别墅等房地产类别。

2 商业业态两大分类

按照目前商务部的分类方法，国内商业业态分为有店铺销售和非店铺销售。

表1-1 商业业态分类

商业业态	涵盖范围
有店铺销售	食杂店、便利店、折扣店、超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材商店、购物中心和厂家直销中心
非店铺销售	电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭和电话购物

3 商业地产三大分类

分类一：按建筑形态分类

按建筑形态分为封闭式集中型商业和开放式街区型商业两大类。

表1-2 商业地产按建筑形态分类

建筑形态	特点
封闭式集中型商业	有盖、封闭性的盒式商业，包括独立大体量商业、大型裙楼等
开放式街区型商业	顶上无盖、分散式小体量商业组合而成的街区（包括小尺度底商）

分类二：按商业形态分类

按商业形态分类，商业地产可以分为购物中心、专业商厦、市场、特色商业街和配套商业。

表1-3 商业地产按商业形态分类

商业形态	特点
购物中心	规模较大，业态多元，环境较好，档次较高。一般来讲，购物中心的面积大都超过5万平方米，除零售业态外，还涵盖餐饮和娱乐业态，并且零售业态比例低于70%
专业商厦	以单一专业店为主体，主要由单一专业店（百货、超市、家居建材专业店）承租的商业，这样的单一专业店经营主体所占比例往往超过70%，一般以封闭式集中型商业居多
市场	多指深度专业化商业（但也有例外，例如综合市场），一般而言，环境较差，档次较低，品牌号召力较弱，包括批发、批零兼营的市场形态（服装市场、小商品市场、汽配市场、建材市场、鲜花市场、海鲜市场和菜市场等）
特色商业街	拥有一个或两个鲜明主题，深度专业化，聚焦于同一业态或品类，具有商业街形态，如主题性单一商业街项目和自发形成的主题性特色商业街等
配套商业	规模小、辐射范围小、业态多元、小店铺聚集，多以周边人群为目标客群，这样的商业一般存在于大部分社区商业和小体量写字楼底商

分类三：按辐射范围分类

按辐射范围分类，商业地产可以分为超地区级、市级、区域级和社区级四种。

表1-4 商业地产按辐射范围分类

辐射范围	特点
超地区级	超出城市级别的辐射力，目标消费客群有30%以上来自外省市
市级	该商业辐射大部分城市人口，目标消费客群有70%以上来自本市（辐射半径大于5000米）
区域级	辐射某个区域，目标消费客群有70%来自某区域（辐射半径在3000～5000米以内）
社区级	辐射某社区，目标消费客群有70%来自本社区（辐射半径3000米以内）

2 商业地产发展及沿革

商业地产的发展主要依托于整体经济发展。

1 商业地产起源及发展

纵观商业地产发展史，商业地产的发展主要依托于整体经济发展的大环境，由于政策开放程度的不同，商业地产发展也呈现出不同特征。随着商业业态的革新和丰富，商业地产的布局逐渐走向专业化和多样化，商业地产的投资模式从单一的供需关系市场模式走向了多元化，地产商不仅关注其初期投资的直接回报率，更注重物业的增值和二次投资、三次投资的附加值。

商业地产最早出现于19世纪50年代，欧美日等发达国家的商业地产起源较早，运作模式已经成熟。美国是商业地产特别是购物中心的发源地，二战后其最突出的特点就是向郊区化发展，20世纪80年代后，其开发建设模式逐渐以更新改造市区内原有旧商业设施为重点。欧洲各国的商业地产与其他建筑类型如教堂、住宅、市政厅等混合布置，即使新建或改扩建的商业设施也完全与城市结构脉络相协调，并且欧洲将商业地产的开发建设与城市、城镇风貌的保护相结合。因此欧洲商业地产的开发在创造商业价值的同时，更多地注重对历史、文化环境的保护，并将旅游资源的开发利用纳入其中。日本、东南亚的商业地产大体上于20世纪80年代至90年代兴起，目前已进入快速成长期，适应各自本土发展的模式已基本成型。